

Plan de Negocio

Link al repositorio: <https://github.com/azulnogueraa/Creacion-de-Empresas>

Azul Noguera Patricio Guledjian Rocio Gonzalez Cingolani Rafael Cabre

2024-04-17

Índice

1. Introducción (CNAE, misión, visión, ...)	3
1.1. CNAE	3
1.2. Misión	3
1.3. Visión	3
1.4. Valores	3
2. Descripción de la Oportunidad de Negocio a (debe incluir obligatoriamente el origen, fuentes y/o motivos de la oportunidad identificada[debe justificarse su existencia y relevancia con datos o información real])	3
2.1. Problema y origen de la oportunidad	3
3. Entrevista Problema	4
3.1. Entrevista	4
4. Mapa de Empatía	4
4.1. ¿Qué ve?	4
4.2. ¿Qué escucha?	4
4.3. ¿Qué piensa y siente?	4
4.4. ¿Qué dice y hace?	4
4.5. ¿Cuáles son sus problemas y necesidades?	4
4.6. ¿Qué le motiva?	4
5. Lienzo de Propuesta de Valor	4
5.1. Tareas del cliente	4
5.2. Penas del Cliente	5
5.3. Alegrías del Cliente	5
5.4. Bienes y Servicios	5
5.5. Creadores de Alegrías	5
5.6. Quitapenas	5
6. Modelo de Negocio	5

6.1. Socios clave	5
6.2. Actividades clave	6
6.3. Recursos Clave	6
6.4. Canales	6
6.5. Segmento de clientes	6
6.6. Estructura de costos	7
6.7. Fuentes de ingreso	7
7. Organización, RRHH (detallar organigrama) y equipo promotor (nombres, experiencia, formación, funciones asignadas en la empresa, y su participación en el capital).	7
7.1. Organigrama	7
7.2. Equipo Promotor	8
8. Analisis entorno competitivo	8
8.1. Empresas las cuales se dediquen a la misma actividad o parecida a la nuestra	8
8.2. Descripcion de la competencia y producto	8
9. Definición del mercado	9

Plan de Negocio

1. Introducción (CNAE, misión, visión, ...)

1.1. CNAE

Educación en línea y tecnología educativa.

1.2. Misión

Ofrecer una educación de calidad a través de la tecnología, para que las personas puedan aprender de manera eficiente y efectiva, mejorando la satisfacción de los estudiantes y las tasas de finalización de los cursos.

1.3. Visión

Ser la plataforma de educación en línea personalizada más grande y reconocida en el mundo, ofreciendo una amplia variedad de cursos y programas adaptados a las necesidades de cada estudiante.

1.4. Valores

- Calidad
- Innovación
- Personalización
- Eficiencia
- Ética

2. Descripción de la Oportunidad de Negocio a (debe incluir obligatoriamente el origen, fuentes y/o motivos de la oportunidad identificada[debe justificarse su existencia y relevancia con datos o información real])

2.1. Problema y origen de la oportunidad

La educación en línea ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, debido a la necesidad de las personas de adquirir nuevas habilidades y conocimientos para adaptarse a un mundo laboral en constante cambio. Según datos proporcionados por Global Market Insights, el mercado de e-learning se valoró en 399.3 mil millones de dólares en 2022 y se prevé que crezca a un ritmo de 14% CAGR entre 2023 y 2032. Sin embargo, la mayoría de las plataformas de educación en línea ofrecen cursos genéricos que no se adaptan a las necesidades específicas de cada estudiante, lo que resulta en una baja tasa de finalización de los cursos y una insatisfacción general de los usuarios. “La tasa de retención o finalización de cursos en línea varía, pero en general, se sitúa en un promedio bajo de alrededor del 10%.”

Fuente: [fastercapital.com](https://www.fastercapital.com)

En el ámbito educativo, los estudiantes se encuentran con un desafío significativo: la falta de personalización en la enseñanza y el aprendizaje. Los cursos estándar suelen seguir un enfoque único que puede no tener en cuenta los diversos estilos de aprendizaje, ritmos individuales y conocimientos previos de los estudiantes. Cuando los métodos de enseñanza no se ajustan a las necesidades individuales de los estudiantes, lo cual puede conducir a tasas más bajas de retención de información, se corre el riesgo de dejar atrás a aquellos que podrían beneficiarse de un enfoque más personalizado.

Por lo tanto, es crucial abordar esta falta de personalización en la educación para garantizar que todos los estudiantes tengan la oportunidad de alcanzar su máximo potencial y experimentar un aprendizaje significativo y gratificante.

3. Entrevista Problema

3.1. Entrevista

3.1.1. Preguntas

3.1.2. Resultados

4. Mapa de Empatía

4.1. ¿Qué ve?

Ve desafíos académicos en sus cursos estándar, diferentes estilos de aprendizaje y la necesidad de obtener buenos resultados académicos.

4.2. ¿Qué escucha?

Escucha la frustración de otros estudiantes por la falta de personalización en la enseñanza, a profesores sobre el contenido estándar del curso.

4.3. ¿Qué piensa y siente?

Piensa en aprender de manera más efectiva, siente frustración cuando no puede seguir el ritmo del curso y se preocupa por su desempeño académico y su futuro profesional.

4.4. ¿Qué dice y hace?

Expresa su deseo de cursos más adaptados, busca recursos adicionales para aprender y participa en grupos de estudio o busca ayuda de compañeros de clase.

4.5. ¿Cuáles son sus problemas y necesidades?

Necesita una educación que se adapte a su estilo de aprendizaje y ritmo, obtener buenos resultados académicos y herramientas para comprender mejor los temas difíciles.

4.6. ¿Qué le motiva?

La motivación para obtener un título universitario y tener éxito profesional, aprender nuevas habilidades y superar los desafíos académicos.

5. Lienzo de Propuesta de Valor

5.1. Tareas del cliente

Los clientes buscan obtener información precisa y actualizada, adquirir habilidades prácticas aplicables y aprender de manera flexible. Esto implica buscar y seleccionar cursos, inscribirse en ellos, gestionar su progreso, interactuar con el contenido, participar en evaluaciones, comunicarse con profesores, colaborar con otros estudiantes y establecer conexiones. Además, desean mantenerse motivados, desarrollar confianza en su capacidad y experimentar un sentido de logro al completar cursos y alcanzar metas personales.

5.2. Penas del Cliente

Los clientes pueden enfrentar diversas dificultades al utilizar otra plataforma, como la frustración por la navegación complicada o la dificultad para encontrar información específica. También pueden experimentar preocupación por la sobrecarga de información, temores relacionados con costos ocultos y la insatisfacción con la calidad del contenido.

5.3. Alegrías del Cliente

Nuestra plataforma ofrece varias ventajas y alegrías para los clientes. Estos incluyen el ahorro de tiempo y dinero, y la comodidad. También, la satisfacción de encontrar contenido relacionado con los intereses y necesidades del cliente. Además, encontrarán gratificación personal al alcanzar metas educativas y profesionales.

5.4. Bienes y Servicios

Ofrecemos una amplia gama de servicios y recursos para satisfacer las necesidades educativas de nuestros clientes. Esto incluye una variedad de cursos en línea impartidos por expertos en la materia, una plataforma intuitiva y fácil de usar con herramientas interactivas para facilitar el aprendizaje, y un sólido soporte técnico y académico. Además, nos comprometemos a mantener el contenido actualizado y a mejorar continuamente nuestra oferta educativa.

5.5. Creadores de Alegrías

Nuestro equipo se esfuerza por crear una experiencia educativa positiva y enriquecedora para nuestros clientes. Esto implica ofrecer flexibilidad en términos de horarios y ubicación, así como la posibilidad de personalizar el aprendizaje según las preferencias individuales. También nos comprometemos a proporcionar una amplia variedad y calidad de contenido educativo, una interfaz intuitiva y fácil de usar, y una comunidad de apoyo activa para enriquecer la experiencia de aprendizaje.

5.6. Quitapenas

Nos esforzamos por abordar las preocupaciones y dificultades que pueden surgir al utilizar nuestra plataforma. Esto incluye mejorar la interfaz y la experiencia del usuario para hacerla más intuitiva y fácil de usar, así como garantizar la transparencia en los costos y ofrecer un soporte ampliado. Además, valoramos el feedback de nuestros usuarios y nos comprometemos a realizar mejoras continuas para satisfacer sus necesidades y expectativas en términos de calidad y relevancia educativa.

6. Modelo de Negocio

6.1. Socios clave

- Educadores y universidades que proveen cursos y material didáctico.
- Especialistas en tecnología que respaldan la infraestructura de la plataforma, incluyendo inteligencia artificial para personalización del aprendizaje.
- Organizaciones de Certificación que validan y dan prestigio a los certificados ofrecidos por los cursos completados en la plataforma.
- Fuentes financieras que apoyan la sostenibilidad y expansión de la plataforma.

6.2. Actividades clave

- Actualización de Contenidos: Evaluación y selección de materiales educativos que se alineen con las necesidades de los usuarios.
- Marketing y Promoción: Estrategias de marketing digital para atraer a nuevos usuarios y retener a los existentes.
- Soporte y Servicio al Cliente: Asistencia continua a usuarios para resolver problemas técnicos o dudas académicas.

6.3. Recursos Clave

6.3.1. Tangibles

- Físicos: Infraestructura de hardware necesaria para soportar y alojar la plataforma de educación en línea, como servidores potentes, equipos de cómputo y sistemas de almacenamiento de datos.
- Económicos-financieros: Capital necesario para mantener la plataforma, promocionar el servicio educativo y pagar al equipo humano.

6.3.2 Intangibles

- Equipo Humano: Un equipo de profesionales que incluye desarrolladores web, creadores de contenido, especialistas en marketing, personal de soporte y personal educativo.
- Asistencia personal: Ofrecer asistencia individualizada para resolver dudas o problemas técnicos.
- Comunidad de Aprendizaje: Crear foros y redes sociales donde los estudiantes puedan interactuar entre sí.
- Creación colectiva: Obtener y actuar en base a las opiniones y sugerencias de los usuarios para mejorar continuamente la plataforma y crear valor.

6.4. Canales

6.4.1. Tipo de canal

- Sitio Web Oficial: El principal punto de acceso a los cursos y recursos de la plataforma.

6.4.2. Fase de canal

1. Información: promoción en redes sociales, eventos y conferencias online.
2. Evaluación: Descuentos en inscripción a cursos.
3. Compra: A través de nuestra página web.
4. Entrega: A través de la personalización de cursos en la página web.
5. Postventa: Soporte y foros de consulta con profesores.

6.5. Segmento de clientes

Nuestro objetivo es crear valor para cualquier individuo que busque mejorar sus habilidades, conocimientos y perspectivas a través de una experiencia educativa en línea personalizada y de alta calidad. En específico, estudiante, profesionales en busca de capacitación y personas interesadas en aprendizaje personalizado.

6.6. Estructura de costos

6.6.1. Costos por Recurso y Actividad

- Costos de desarrollo de la plataforma web.
- Costos de contenido educativo, como el pago a instructores, material de curso, derechos de autor y licencias de software.

6.6.2. Costos Fijos

- Los salarios del personal.

6.6.3. Costos Variables

- Los costos de adquisición de contenido educativo, gastos de marketing y publicidad, y comisiones de transacción.

6.6.4. Economías de escala A medida que aumenta el volumen de usuarios y cursos, es posible lograr economías de escala en áreas como desarrollo de plataforma, adquisición de contenido y marketing, lo que reduce los costos unitarios.

6.7. Fuentes de ingreso

Nuestras principales fuentes de ingresos son las suscripciones de los clientes para acceder a la plataforma y al contenido educativo, la venta de cursos individuales, los ingresos por publicidad.

7. Organización, RRHH (detallar organigrama) y equipo promotor (nombres, experiencia, formación, funciones asignadas en la empresa, y su participación en el capital).

7.1. Organigrama

- CEO: Responsable de la dirección general de la empresa, toma de decisiones estratégicas y representación de la empresa ante terceros.
- Departamento de Tecnología: Responsable de la dirección técnica de la empresa, supervisión del desarrollo de la plataforma y la infraestructura tecnológica.
 - Desarrollador Web: Responsable de la creación y mantenimiento de la plataforma web.
 - Especialista en IA: Responsable de la implementación de inteligencia artificial para personalización del aprendizaje.
 - Soporte Técnico: Responsable de la asistencia técnica a los usuarios.
- Departamento de Marketing: Responsable de la dirección de marketing de la empresa, planificación y ejecución de estrategias de marketing y promoción.
 - Especialista en Marketing Digital: Responsable de la promoción en redes sociales, eventos y conferencias online.
 - Diseñador Gráfico: Responsable de la creación de material gráfico para campañas de marketing.
 - Analista de Datos: Responsable del análisis de datos para evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing.

- Departamento de Contenido: Responsable de la dirección de contenido de la empresa, supervisión de la creación y actualización de contenido educativo.
 - Creador de Contenido: Responsable de la creación de material didáctico para los cursos.
 - Editor de Contenido: Responsable de la revisión y edición del material educativo.
- Departamento financiero: Responsable de la dirección financiera de la empresa, supervisión de la gestión financiera y la planificación presupuestaria.
 - Contador: Responsable de la contabilidad y la gestión financiera de la empresa.
 - Analista Financiero: Responsable del análisis financiero y la planificación presupuestaria.
- Departamento de Recursos Humanos: Responsable de la dirección de recursos humanos de la empresa, supervisión de la gestión de personal y la planificación de recursos humanos.
 - Gerente de Recursos Humanos: Responsable de la gestión de personal y la planificación de recursos humanos.
 - Especialista en Selección de Personal: Responsable de la selección y contratación de personal.
 - Especialista en Formación: Responsable de la formación y desarrollo del personal.

7.2. Equipo Promotor

8. Analisis entorno competitivo

8.1. Empresas las cuales se dediquen a la misma actividad o parecida a la nuestra

- a. Coursera
- b. Udemy
- c. Duolingo

8.2. Descripcion de la competencia y producto

- a. Coursera es una plataforma de educación virtual nacida en octubre de 2011 y desarrollada por académicos de la Universidad de Stanford con el fin de brindar oferta de educación masiva a la población (Massive Online Open Course), con cursos en inglés y otros idiomas como el español, francés, italiano y chino. Coursera ofrece cursos, tanto gratuitos como de pago, sobre temas variados a niveles universitarios, pero abiertos a todos los sectores de la población.
Fuente : wikipedia.com
- b. Udemy.com es una plataforma de aprendizaje en línea. Está dirigido a adultos profesionales. A diferencia de los programas académicos MOOC conducidos por tradicionales cursos de trabajo creados por las universidades, Udemy utiliza contenido de creadores en línea para vender y así conseguir ganancias. Udemy proporciona herramientas para que los usuarios puedan crear un curso, promocionarlo y ganar dinero con gastos de inscripción de los estudiantes. Ninguno de los cursos de Udemy son actualmente equivalentes a la obtención de un título universitario. Los estudiantes toman cursos en gran parte simplemente como medio para mejorar sus habilidades. Algunos cursos generan crédito hacia certificación técnica. Udemy ha hecho un esfuerzo especial para atraer a empresas que buscan crear cursos de trabajo especialmente para empleados de su compañía.
Fuente: wikipedia.com
- c. Duolingo es una plataforma web destinada al aprendizaje gratuito de idiomas y a la certificación del nivel de inglés.
Fuente : wikipedia.com

8.2.1 Precio por dolares EEUU

Empresa	Precio mensual
Coursera	\$ 60
Udemy	\$ 20
Duolingo	\$ 8/15

8.2.2 Ingresos y beneficios¹.

Ingresos Operativos (facturación): por mil dolares EEUU

Year	Coursera	Udemy	Duolingo
2023	635,764	728,937	531,109
2022	523,756	629,097	369,495
2021	415,287	515,657	250,772
2020	293,511	429,899	161,696
2019	184,411	276,327	70,760

Beneficios: por mil dolares EEUU

Year	Coursera	Udemy	Duolingo
2023	-111,183	-107,294	16,067
2022	-170,637	-153,875	-59,574
2021	-143,089	-80,026	-60,135
2020	-65,300	-77,620	-15,776
2019	-46,001	-69,703	-13,554

8.2.3 Número de empleados².

Year	Cousera	Udemy	Duolingo
2023	1,295	1,443	720
2022	1,401	1,678	600
2021	1,138	1,238	500
2020	779	1,013	400
2019	n.a.	n.a	n.a

9. Definición del mercado

Cliente objetivo

Métricas ³

¹Del ultimo año disponible y de 5 años hacia atras.

²Del ultimo año disponible y de 5 años hacia atras.

³Como mínimo la de referencia.

Referencia

Recurrencia Número de acciones valiosas (ej: compras) por usuario/cliente en su relación con la empresa.

Estudio de mercado ⁴

TAM

SAM

SOM

⁴Debe permitir justificar y apoyar todo aquello para lo cual no exista otro tipo de base o justificación; por ejemplo, el precio.